

论文摘要

论文摘要

自 80 年代初期以来,厦门的国有饭店随着厦门旅游业的蓬勃发展而迅速成长,在数量、规模、设施和服务水平以及经营业绩等方面取得了显著的进步,但同国际联号饭店相比竞争力不足,这对于入世后面对国际化程度更高的市场竞争形势尤为不利。造成这种状况的原因突出表现在国有饭店缺乏明确的竞争战略规划。本文依据迈克尔·波特的竞争战略理论,通过对厦门国有饭店宏观环境的分析和竞争状况对比,从产业结构分析出发,提出了三种基本竞争战略选择,同时对影响战略实施的体制因素进行了剖析并提出对策,以期供饭店同业和行业主管部门参考。

本文共分四个部分:

第一章:饭店业发展现状与趋势。简要回顾了世界饭店业、我国饭店业和厦门饭店业的发展阶段,并描述了它们的发展现状和趋势。

第二章:产业环境分析及国有饭店内部环境分析。分别从旅游发展规律、产业政策、客源接待情况、客源市场变化等角度分析了宏观旅游环境,并阐述了入世对整体旅游环境的影响;随后选取了厦门国有饭店中的几家代表性企业与国际联号饭店就主要经营指标进行了对比;最后从公司治理结构、战略规划、组织结构、市场策略和融资渠道等方面深入分析厦门国有饭店的内部环境,同时再次与国际联号饭店对比,进行 SWOT 分析。

第三章:厦门饭店业产业结构分析。介绍了波特竞争战略理论中的“五种竞争作用力”模型,并依据该模型剖析了厦门国有饭店所处的产业结构竞争压力,作为探讨竞争战略的基点。

第四章:厦门国有饭店竞争战略。首先介绍了波特的三种基本竞争战略理论框架,进而提出了厦门国有饭店实施竞争战略的基本模式,最后集中论述了对国有饭店实施竞争战略构成严重限制的体制缺陷,并针对性地提出了解决对策建议。

关键词:厦门国有饭店;竞争战略;分析。

Abstract

Since the early years of 80's Xiamen state-owned hotels have been expanding with the development of tourism industry. Though having made great improvement in numbers, facilities, service and business performance, the state-owned hotels take weaker competitive position when competing international chain hotel competitors, and they encounter a more fierce international competitive environment after China's entry to WTO. Such situation was caused by the lack of competitive strategy. Based on Michael E. Porter's Competitive Strategy Theory this thesis focuses on environment analysis of the state-owned hotels through competitive comparison with chain hotel competitors, offers three basic competitive strategy solutions and discusses the institution factors affecting these strategies putting into practice.

The thesis consists of four chapters as following:

In Chapter One it gives an overview of hotel industry's history, present state and tendency respectively in a range of worldwide, China and Xiamen.

In Chapter Two it analyzes the external environment of tourism from rules of tourism development, industry policy, tour and travel market as well as changes of the market, describes influences on overall tourism market after China's entry to WTO. Then it compares the business performance of three typical state-owned hotels with their international chain hotel competitors. Lastly it gives a in-dept analysis of state-owned hotels' internal environment by comparing with its chain hotel competitors in institution, strategy planning, organization structure, market strategy and financing etc., and conducts a SWOT analysis.

In Chapter Three it illustrates Porter's Five Competitive Forces Model and analyzes the competitive forces of Xiamen state-owned hotels within hotel industry structure as the starting point of researching competitive strategy.

In Chapter Four it firstly illustrates Porter's three basic competitive strategy theory framework, then raises strategy solutions for state-owned hotels to adopt. At last it focuses on discussing the institution factors affecting these strategies putting into practice, and puts forwards countermeasures against these factors accordingly.

Key words: Xiamen State-owned Hotels; Competitive Strategy; Analysis.

目 录

前 言	1
第一章 饭店业发展现状与趋势	3
第一节 世界饭店业发展概况	3
第二节 我国饭店业发展概况	5
第三节 厦门饭店业发展现状与趋势	8
第二章 产业环境分析及国有饭店内部环境分析	12
第一节 我国旅游市场发展现状及趋势	12
第二节 厦门旅游市场发展现状及趋势	18
第三节 厦门国有饭店内部环境对比分析	21
第三章 厦门饭店业产业结构分析	30
第一节 波特的五种竞争作用力模型简介	30
第二节 厦门饭店业产业结构分析	31
第四章 厦门国有饭店的竞争战略	37
第一节 三种基本竞争战略	37
第二节 厦门国有饭店的竞争战略模式探讨	40
第三节 厦门国有饭店竞争战略实施的影响因素	56
参 考 文 献	59
后 记	61

厦门大学博硕士论文摘要库

前 言

饭店业经历了从简易客栈到现代化大饭店的发展历程，其间饭店的规模、设施、服务项目、服务内涵等发生了巨大的变化。饭店业在一个国家或地区经济活动中的作用，尤其是在旅游业中的地位 and 作用日益重要，已构成了现代旅游业中第二大支柱产业。饭店业是旅游供给的重要组成部分，也是旅游接待能力的重要标志；是一个国家或地区旅游收入和创汇的重要企业；饭店业的发展和建设，已成为创造当地就业机会的重要部门。

厦门的国有饭店包括国有独资饭店和国有控股饭店，是厦门饭店业中主要的经济类型，是厦门旅游发展和财政创汇创利的主体，它的发展壮大，对于本地旅游业的发展举足轻重。应该说，厦门的国有饭店经过改革开放以来 20 年的发展，无论是在规模、档次、管理水平，还是在市场化进程等方面取得了长足进步，但与国际联号饭店相比，业绩表现存在着明显的差距。究其原因，固然存在市场开发、人力资源管理等职能性的问题，但关键在于缺乏清晰的竞争战略规划，表现在产品定位模糊、目标市场不明确、市场行为随意性大等方面。这些问题的存在，影响了饭店的竞争力，使在与国际联号饭店的公平竞争中逐渐丧失优势，出现了自 1996 年来效益下滑的局面；特别是中国入世之后随着中国旅游业开放度的加大，国际竞争对手将加快市场扩张的步伐，国有饭店面临的竞争形式将更加严峻。因此，怎样度身制订和实施发展所需的竞争战略，非常具有紧迫性和现实意义。

笔者本身服务于酒店业，对国际联号饭店和国有饭店这两类饭店的运做模式和竞争能力有一定程度的了解。这两类饭店，尤其是在中高档饭店这个层次已形成对立的两个阵营，国际联号饭店始终处于市场领导者的地位，国有饭店处于追随者的地位，其竞争态势总处于不利。目前厦门的国际联号饭店数量仅有两家，但 2002 年投洽会发布了三家国际饭店集团即将进入厦门市场的信息，

可以预见，在未来的三年甚至更短的时间内，竞争格局将出现动荡，国有饭店的日子将更不好过。

作为本地旅游产业的重要成员，国有饭店必须加快做出适合自身发展的竞争战略选择，改变竞争态势，保住并且拓展市场份额，否则极有可能错过产业发展中的关键时期。本文尝试从竞争战略理论基础出发，较为全面地分析国有饭店所处的宏微观环境和自身资源的优劣势，辨别产业结构压力，制订出切实可行的竞争战略选择，供饭店从业人员和旅游主管机构思考。

第一章 饭店业发展现状与趋势

第一节 世界饭店业发展概况

饭店业和旅行社业、旅游交通业一起构成了现代旅游业的三大支柱产业。饭店是凭借有形的设施、设备、产品和无形的服务，为旅行者提供住宿、饮食、商务、娱乐、购物和其他服务的综合性的服务企业。我国旅游行业一般将饭店称为旅游饭店、酒店、宾馆。

世界饭店业的发展经历了一个漫长的过程，一般被划分为四个时期：客栈时期、大饭店时期、商业旅馆时期和新型饭店时期。最早的为旅行者提供住宿服务的客栈出现在公元前 700 年左右的古巴比伦王朝；世界上第一家现代化的大饭店“TREMONT HOTEL”1829 年出现在美国的波士顿。

一、世界饭店业分类

常用的分类方法是根据饭店位置进行划分的，这种分类方法将饭店及与其相似的提供住宿服务的设施分为以下 5 类：城市中心饭店（City center or urban hotels）、度假饭店（Resort hotels）、城市郊区饭店（Suburban hotels）、汽车饭店（Highway hotels or Motels）、机场饭店（Airport hotels）。其他的分类方法还包括按价格高低、按房间的结构和配置、按附属的娱乐设施划分等。

二、分布的地区格局

世界饭店业分布的地区格局可以简单表述为：欧洲和美洲是饭店业最为发达的两个地区，这两个地区所拥有的客房数量几乎占了世界总量的 80%；东亚和太平洋地区由于经济和旅游业的迅速发展，饭店业的规模扩张较快；中东、南亚和非洲本身规模较小且发展缓慢。预计今后东亚和太平洋地区饭店业还将获得持续的快速发展，而欧洲和美洲发展速度将低于亚太地区，其他地区则可

能保持持续缓慢上升的趋势。

三、世界饭店业中几种主要的企业形式

1、独立品牌饭店（INDEPENDENCE HOTELS）

指为个人或企业独立所有并独立经营的饭店。独立品牌饭店的一个重要特征是它既不为联号饭店集团所有，也不参加任何一个特许经营系统。因为独立品牌饭店不是饭店联号的成员，因此在旅游者心目中只有较低的品牌认同。这类饭店也不能加入属于某一联号的统一预订系统，显得较为孤立。当前国际饭店业中独立品牌饭店的比例有逐年减少的趋势，越来越多的独立品牌饭店以各种形式加入到饭店联号中，而一些大的饭店联号在扩张时也选择购买尚未品牌化的独立品牌饭店。

2、联号饭店（CHAIN HOTELS）

饭店联号（Hotel chain）通常指一个企业通过以下几种方式经营饭店：所有并管理自己所有的饭店；对饭店进行特许经营；通过提供饭店管理人员，签订饭店管理合同的方式对他人所有的饭店进行管理。

联号饭店指属于某一饭店联号的饭店。其中又分为：公司联号饭店（Corporate chain hotels）通常由这一联号公司所有并管理，使用联号统一的品牌和标识，管理者来自联号内部；特许经营联号饭店（Franchised chain hotels）则由不同的公司所有，联号只提供特许及技术支持，一般情况下，不对联号饭店进行管理。管理合同联号饭店（Management contract chain hotels）通常由不同的公司所有并统一由一家饭店管理公司进行管理，通常没有统一的品牌。

这些基本的所有权和管理权方式在近几年发生了很大的变化，日趋复杂。有时一家独立品牌饭店既是一个联号特许经营权的受让者，同时又由这家联号对其进行合同管理。再如，一家独立品牌饭店获得了一家联号的特许经营权，可以采取自己管理的方式，或另外聘请一家独立饭店管理公司经营饭店。

第二节 我国饭店业发展概况

一、发展阶段

我国是世界上最早出现旅店的国家之一，而饭店真正从古代旅店脱离出来以企业的形式出现是在清末民初。新中国成立后直到改革开放前，中国的旅游工作只是外事工作的一个组成部分，饭店作为外事接待的一个附属单位，没有其独立的经济地位，发展非常缓慢和滞后。1978年，中国饭店只有137家，15539间客房，其中绝大多数是国宾馆和招待所，总体水平可以概括为数量甚少，设施陈旧，功能单一，条件简陋，管理落后。^①

1978年以后，中国改革开放的不断深入和旅游事业的高速发展，为中国旅游饭店业的发展提供了前所未有的机遇。1980年至1994年，是中国饭店业划时代发展的15年，经历了由起步、快速增长，到进入现代管理的三个阶段，建设速度超过了同期世界上任何一个国家和地区的发展速度，初步实现了由落后到比较先进，由低水平到接近国际水平的巨大转变。

1980年至1982年，是中国旅游饭店业发展的起步阶段。饭店业规模小，数量少，管理体制上仍处于事业型管理的行政体制。当时中国能够接待国际旅游者的饭店仅有203家，3.2万间客房，难以满足海外旅游者的迅速增长的要求，住宿问题已成为当时中国旅游业发展的主要制约因素。正式因为这一问题，1982年国务院办公厅曾发出了《关于非旅游部门不得经营对外旅游业务问题的通知》，通知中明确规定中央和地方非旅游部门以及宾馆、饭店等，一律不得开展对外旅游业务。饭店在经营上按照行政事业单位管理，经费由国家拨款或补贴，大部分饭店亏损。

1982年至1992年，我国旅游饭店业进入快速增长阶段。饭店数量高速增长，体制上由事业型管理转变为企业化经营，所有制上出现多种类型，同时国际饭店管理公司陆续进入中国。80年代初期通过引进外资，逐步兴建了一大批

^① 资料来源：《中国饭店经营与管理——问题与对策》，中国旅游出版社，1997，P1。

中外合资、中外合作饭店，又利用内资陆续新建和改造了一大批饭店。1985 年，国务院制订了“五个一起上”的有关旅游基础设施建设的投资政策，这项政策成为中国旅游业发展的里程碑，极大地推动了饭店业的发展。饭店建设大规模兴起，饭店数量高速增长，中国旅游业受饭店数量制约的局面从根本上得以扭转。饭店经营体制转变为企业化经营，大部分饭店亏损的局面得以扭转，赢利水平持续提高。

1992 年后，我国旅游饭店业发展逐渐转入现代管理阶段。除了在数量上继续保持较快速度的增长外，饭店业的档次结构、功能类型、管理模式呈现多样化发展，经营管理全面市场化。饭店的档次结构从过去较为单一的类型，发展到豪华级、舒适级、经济级等多档次类型；饭店功能类型从过去简单的会议型饭店，发展为品种齐全，类型丰富的商务型饭店、旅游型饭店、度假型饭店、公寓型饭店、综合性饭店等类型。进入中国市场的国际饭店管理公司数量骤增，多种管理模式并存，同时中国自己的饭店管理公司开始成长。饭店业经营全面市场化，市场竞争日趋激烈，平均赢利水平增长逐渐趋缓，甚至自 1996 年后持续下滑，呈现出成熟期的特征。

二、我国饭店业的发展现状

(1) 2001 年，我国旅游饭店中星级饭店的主要经济指标如表 1-1 所示。

(2) 从星级划分看，我国星级饭店的构成为，五星级饭店 129 座，共有 5.03 万间客房，占全国星级饭店客房总数的 6.2%；四星级饭店 441 座，共有 10.61 万间客房，占 13.0%；三星级饭店 2287 座，共有 32.74 万间客房，占 40.1%；二星级饭店 3748 座，共有 29.47 万间客房，占 36.1%；一星级饭店 753 座，共有 3.77 万间客房，占 4.6%。

全国星级酒店的全员劳动生产率为 7.26 万元/人，拥有的职工总数为 105.21 万人。

表 1-1：2001 年中国星级饭店主要经济指标（按注册登记类型划分）

注册登记类型	总计	国有饭店	集体经济饭店	外商投资饭店	港澳台投资饭店	联营/股份饭店	私营饭店
饭店数量（座）	7358	4339	790	268	324	1637	
比例（%）	/	59.0	10.7	3.6	4.4	22.2	
客房数量（万间）	81.63	42.83	6.38	5.82	6.78	14.39	
比例（%）	/	52.5	7.8	7.1	8.3	24.3	
营业收入（亿元）	763.32	316.98	42.19	248.87		10.85	12.83
比例（%）	/	41.53	5.53	32.60		1.42	1.68
客房出租率（%）	58.45	55.13	59.25	64.15	64.65	57.44	56.52
营业税金（亿元）	39.66	16.89	2.36	12.26		0.48	0.76
比例（%）	/	42.59	5.95	30.91		1.21	1.92
固定资产（亿元）	2153.62	/	/	/	/	/	/
全员劳动生产率（万元/人）	7.26	5.78	/	13.12		/	/

资料来源：《中国星级饭店统计公报》，国家旅游局，2002 年 6 月 26 日

（3）经济类型以国有饭店为主，其他经济类型为辅。国有经济占主导地位，其次是集体经济，海外投资占第三位。

（4）从规模看，主要以中小型饭店为主，客房数在 200 间以内的饭店占涉外饭店总数的 80%以上。

（5）地区分布表现为沿海地区和旅游发达地区拥有全国大部分的旅游住宿设施。

（6）我国旅游饭店业从起步、扩大、发展到企业转轨，几乎在同时进行，短短 20 年完成了一般行业几十年的历史过程，在发展的同时也存在着许多突出的问题，如在饭店建设速度方面，有些地区盲目发展，出现供应过剩、客房出租率低的问题；饭店档次构成不合理，部分地区高档次饭店比例偏高；饭店专业服务水平与硬件水平发展不匹配，出现“一手软、一手硬”的局面；饭店经营手段雷同，创新能力不足，存在恶性削价竞争，行业利润率开始出现逐年下

滑趋势。

(7) 随着我国经济和旅游业的发展,我国饭店业将在以下几个方向得到发展:公司治理结构将日趋合理,市场机制将得到加强,集团化经营将作为重点发展,人力资源开发将进一步加强,管理模式、管理技术将更加先进和多样化。

第三节 厦门饭店业发展现状与趋势

一、发展阶段

旅游业是厦门经济特区改革开放的前哨。厦门旅游业,包括旅游饭店业的发展是与厦门特区的发展同步的,它的发展大致经过三个阶段:

一是 1981 年特区建立至 1990 年,厦门旅游饭店业开始起步成长。旅游业从“事业型”转为“产业型”,各相关行业开始进入产业化发展阶段。1985 年全省第一家中外合资饭店鹭江宾馆开业,之后相继开业的饭店包括悦华酒店、金宝酒店、白鹭宾馆、新加坡酒店、美丽华大酒店等。1989 年旅游饭店星级评定制度在全市开始推行,旅游饭店业开始拥有了行业标准,加快了与国际旅游业接轨的步伐。

二是 1991 至 2000 年,厦门的旅游饭店业进入快速增长期。厦门的旅游业入境旅游、国内旅游相互促进、蓬勃发展,旅游业成为厦门市重点产业之一。这一阶段,一大批旅游饭店兴建并投入运营,同时开始引入国际酒店管理公司,如马尼拉国际酒店管理公司(曾管理东南亚大酒店)、国际假日集团、马哥波罗酒店集团等。高水平、现代化的酒店管理模式开始建立并得到效仿和推广,酒店业的经营管理全面市场化并趋向成熟,酒店效益持续增长,并在后期开始放缓。

三是从 2001 年开始,厦门的旅游饭店业开始转入成熟期。面对加入 WTO 的新形式新环境,厦门市政府提出到 2010 年把厦门建成亚太地区著名的国际性生态型滨海旅游城市的目标,确立了大力发展旅游业作为国民经济新的增长点

的战略。旅游饭店业面临着新的发展机遇和新一轮的竞争，更多的具备相当竞争力的新酒店加入或即将加入，包括万豪（MARRIOTT）、希尔顿（HILTON）、香格里拉（SHANGRI-LA）等著名的酒店集团以及建发、厦门航空等颇具实力的本地公司投资的酒店。在未来的三年内，厦门旅游饭店业将形成新的格局，市场竞争将更加激烈，更具国际色彩，管理模式和管理技术将更加多样化。

二、发展现状^①

（一）现有规模

截止到 2001 年底，厦门市共拥有旅游饭店 93 家，固定资产总额 205,000 万元，年营业收入 107,827 万元，平均住房率 51.10%，平均房价为 ¥268.75 元。

（二）档次结构

截止到 2001 年底，厦门拥有五星级饭店 1 家，四星级饭店 4 家，三星级饭店 17 家，二星级饭店 27 家，一星级饭店 5 家，星级饭店总数为 54 家。

（三）饭店类型

厦门的旅游饭店主要包括以下几个类型：

1、商务酒店（COMMERCIAL HOTEL）

地理位置位于城市中心，设施和服务项目的设置均以接待商务旅行者为目的。厦门的饭店多数属于此类，如皇冠海景大酒店、马哥波罗东方大酒店、鹭江宾馆等。

2、度假酒店（RESORT HOTEL）

坐落于风光秀丽的风景区，设施和服务项目以接待观光度假客人而设置。厦门因秀丽的海岛风光和四季宜人的亚热带海洋气候，历来是较理想的观光度假目的地，岛上的度假接待设施包括中央、福建省和本地机构在此设立的各种规模的疗养、培训设施，这些设施多集中在鼓浪屿，其中有些设施已转入市场

^① 资料来源：厦门市旅游局内部统计资料，2001 年。

化经营；还包括一些专设的度假饭店，如鼓浪别墅、新开业的鹭海宾馆，以及近年来新建的环岛路段的度假设施，如驿缘酒店、即将建设的宝龙度假酒店等。

3、会议酒店（CONVENTION HOTEL）

地理位置位于环境优美、交通便利的地段，设施和服务项目设置围绕接待各类会议、展览为主。如毗邻厦门国际会展中心的悦华会展酒店。此类饭店目前数量较少。

4、综合性酒店

此类酒店的经营性质兼具几个功能，如商务、会议、旅游度假等。这类饭店在厦门为数不少，包括悦华酒店、厦航金雁酒店、宝龙大酒店、华侨大厦、京闽中心酒店等。

5、公寓式酒店（SERVICE APARTMENT）

此类设施以公寓建筑为主，提供酒店式服务。在厦门市场数量不多，最早的一家是隶属于新加坡大华银行大厦的大华文雅公寓，后来逐渐被部分房地产项目采用和推广。

（四）从注册登记类型来看，厦门的旅游饭店的经济成分有国有饭店、集体饭店、外商投资饭店、港澳台投资饭店和私营饭店等。以国有饭店为主，其他经济类型为辅。

（五）联号饭店与独立品牌饭店

厦门的联号饭店数量较少，2001 年仅有 2 家，分别是由六洲国际酒店集团（SIX CONTINENTS HOTELS，前身曾是 BASS 集团所有的国际假日酒店集团 HOLIDAY INN WORLDWIDE）管理的皇冠海景大酒店和由马哥波罗酒店集团（MARCO-POLO HOTELS GROUP）管理的马哥波罗东方大酒店。这两家酒店都已通过了四星级饭店的评定。京闽中心酒店于 2002 年通过特许经营形式加入“最佳西方酒店集团”，集团化运作开始启动。

独立品牌饭店中中外合资或合作饭店 8 家，包括东南亚大酒店、福联大饭

店、美丽华酒店、新加坡酒店、宝龙大酒店等。国有饭店共有 82 家，占旅游饭店总数的 90%，且国有饭店目前除京闽中心酒店外均属于独立品牌饭店。其中高星级饭店包括五星级 1 家（悦华酒店），四星级两家（华侨大厦、厦门航空金雁酒店），三星级 11 家（鹭江宾馆、东海大厦酒店、碧宫酒店、航空港大酒店、庐山大酒店、鹭海宾馆等）。

国有饭店中，悦华酒店曾于 1992 年成立悦华酒店管理公司，承接过酒店管理项目多至十数家，后因管理不善等原因停止了管理公司业务。目前悦华酒店隶属于厦门建发集团，该集团属下还拥有并管理了悦华会展酒店，管理金海岸酒店。这三家酒店虽属于同一家集团公司所有或管理，但尚未品牌化。厦门航空有限公司属下的三家酒店金雁酒店、航空宾馆和位于泉州的航空酒店，也基本属于各自独立运做。

第二章 产业环境分析及国有饭店内部环境分析

旅游是非居者旅行和暂时居停而引起的现象和关系的总和。从广义上讲,现代旅游业实际上是传统的旅游观光业和旅行业的综合(TOUR & TRAVEL)。现代饭店业和旅行社业、旅游交通业一起构成了现代旅游业。旅游的基本要素包括了食、住、行、游、购、娱六个环节。从性质上分,旅游客源市场不仅包括了休闲市场(含观光、度假、特殊兴趣,如登山、越野、摄影,以及其他),还包括商务市场(含商务旅行、商务活动,如会议、展览,以及其他)。旅行社业、交通运输业和饭店业分处旅游产业链的上下游,共同服务于旅游客源市场。因此,研究饭店业的市场,就是研究旅游业的市场。

本章将首先从产业政策、客源市场变化等角度分析宏观旅游环境,并阐述了入世对整体旅游环境的影响,随后通过实例选取厦门国有饭店中的几家代表性企业与国际联号饭店就主要经营指标和管理职能进行对比,由此出发对国有饭店展开深入的SWOT分析。

第一节 我国旅游市场发展现状及趋势

本节从旅游发展模式出发,介绍中国旅游市场发展所处的阶段及发展趋势,在此基础上重点分析中国国际旅游业客源市场的变化及特点,以及对饭店业经营的影响。

一、旅游业发展模式

当代旅游业的发展是全球经济高度发展的必然产物,具有规律性。旅游发展模式是旅游发展规律的外在表现形式,概括起来有两种形式:常规模式和非常规模式。对于经济发达的国家而言,旅游发展首先是国内旅游的发展,然后是逐步发展入境旅游。这种常规模式符合旅游发展的规律。对于一些发展中国家

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库